



Globecast annonce une restructuration de l'ensemble de son organisation

Paris – 16 février 2015 — [Globecast](#) a annoncé aujourd'hui une restructuration de l'ensemble de son organisation pour renforcer sa position de fournisseur de solutions médias entièrement intégrées et pouvoir continuer de proposer ses services de façon parfaitement homogène sur l'ensemble de ses zones d'action tout en répondant aux besoins changeants de ses clients.

« Globecast s'est considérablement développé depuis sa création et rencontre un énorme succès avec ses services satellitaires et de fibre optique. En tenant compte de l'avis de nos clients, nous avons minutieusement étudié la prochaine étape de notre développement grâce à leurs réponses et notre expertise du marché », a déclaré Olivier Barberot, PDG de Globecast.

Cette réorganisation constitue une étape majeure de Globecast et permet au plus grand opérateur de téléports et fournisseur de services satellitaires indépendant de devenir une entreprise d'envergure internationale dans la fourniture de solutions médias. Dynamisé par le lancement actuel de sa solution Media Factory partout dans le monde, Globecast s'appuie sur ces bases solides afin de proposer une offre de solutions de bout en bout.

Grâce à sa solution Media Factory, Globecast a rationalisé ses flux existants pour créer un processus unique et efficace. L'entreprise peut ainsi tout gérer, de la préparation de contenus au formatage, en passant par le contrôle qualité, les services de création et les examens de conformité ainsi que l'édition, sans oublier les services existants de contribution, de diffusion et de distribution.

Suite...

Les diffuseurs et les entreprises de médias, quelle que soit leur taille, doivent s'adapter aux habitudes de visionnage changeantes des consommateurs, et Globecast est parfaitement positionné pour les aider à tirer parti des nouvelles opportunités du marché.

Grâce à ses relations étroites avec des plateformes de télévision du monde entier, Globecast continue de fournir des services de contribution et de distribution à la pointe du marché, au moyen, notamment, d'une connectivité mondiale sans égale (satellitaire ou par fibre optique), de POP (points de présence) faciles d'accès et positionnés de façon stratégique ainsi que de services de bouquets et marketing.

« La principale préoccupation de nos clients consiste à trouver des moyens de générer de nouvelles opportunités commerciales à partir des contenus ou chaînes qu'ils possèdent déjà ou grâce au lancement de nouvelles chaînes, a ajouté M. Barberot. Tout est une question de résultat. Nous en avons toujours été conscients et nous continuerons de faciliter l'accès des clients à notre expertise. »

#